

KAJIAN DIFUSI INOVASI KONVERGENSI MEDIA DI HARIAN PIKIRAN RAKYAT

Idhar Resmadi^{*}, Sonny Yuliar

Program Studi Magister Studi Pembangunan Institut Teknologi Bandung

^{*}idhar.resmadi@gmail.com

ABSTRAK

Konvergensi media merupakan salah satu perkembangan media massa yang melibatkan banyak faktor teknologi di dalamnya. Kehadiran internet mendorong media massa menerapkan konsep konvergensi media seperti media *online*, *e-paper*, *e-books*, *radio streaming*, media sosial, dan lain-lain. Persaingan bisnis media menjadi salah satu faktor pendorong media massa menerapkan konsep ini karena perkembangan teknologi tidak hanya mengandalkan format cetak (koran, majalah, buku) semata. Inovasi konvergensi media dibutuhkan agar media massa mampu tetap bersaing di era bisnis dewasa ini. Sebagai salah satu bentuk inovasi, konvergensi media memerlukan berbagai proses dan tahapan dalam penerapannya. Tulisan ini akan menelusuri proses terjadinya difusi inovasi konvergensi media dengan objek penelitian harian *Pikiran Rakyat*. Penelitian secara kualitatif ini menggambarkan bagaimana konvergensi media mampu diadopsi oleh suatu media massa secara bertahap.

Kata kunci: konvergensi media, difusi inovasi, media massa

ABSTRACT

The convergence of media is one of the developments of mass media that involve many technology factors in it. The existence of internet encourages the media to apply the concept of convergence of media such as online media, e-paper, e-books, radio streaming, social media, and others. Competition in media business is one factor driving the mass media to apply this concept because the mass media today does not merely rely on printed formats (newspapers, magazines, books) alone. Media convergence innovation is deemed necessary in order that the mass media be able to remain competitive in today's media business era. As one of the innovations in the mass media, media convergence requires a variety of processes and stages in the application. This paper will explore the process of diffusion of convergence innovation in the dailynews Pikiran Rakyat. This qualitative study describes how the media convergence is adopted by the mass media in stages.

Keywords: media convergence, diffusion of innovation, mass media

PENDAHULUAN

Berdiri sejak 24 Maret 1966 harian *Pikiran Rakyat* merupakan salah satu media massa yang paling lama bertahan di Jawa Barat. Harian *Pikiran Rakyat* memiliki berbagai varian *platform* penyampaian informasi antara lain koran cetak, *PR Online*, *PR Mobile*, *PR Info*, *Radio*, *Streaming*, dan *E-Paper*. Varian *platform* penyampaian informasi yang dikembangkan oleh *Pikiran Rakyat* tersebut disebut dengan konvergensi media (Quinn & Filak, 2005).

Konvergensi industri media dan teknologi digital mengarah pada bentuk-bentuk yang dikenal sebagai komunikasi multimedia. Multimedia atau dikenal juga sebagai media campuran, pada umumnya didefinisikan sebagai medium yang mengintegrasikan dua bentuk komunikasi atau lebih (Fiddler, 2003:39). Fiddler (2003) menyatakan bahwa kehadiran konvergensi media sebagai salah satu bentuk mediamorfosis yaitu suatu transformasi media komunikasi yang biasanya ditimbulkan akibat hubungan timbal balik yang rumit antara berbagai kebutuhan yang dirasakan, tekanan persaingan dan politik, serta berbagai inovasi sosial dan teknologi. Adopsi teknologi digital oleh perusahaan media massa dalam melahirkan konvergensi media didukung oleh faktor tekanan dalam bisnis media massa. Kini para perusahaan media massa berlomba-lomba menganut konvergensi. Kehadiran teknologi digital memengaruhi bentuk-bentuk baru dunia jurnanisme.

Sejak pertengahan tahun 2000, *Pikiran Rakyat* sudah mulai mengadopsi konsep konvergensi media. Berbagai *platform* media yang dikembangkan oleh *Pikiran Rakyat* yang diadopsi lahir dari berbagai tahapan. Konsepsi adopsi dan implementasi konvergensi media yang terjadi di *Pikiran Rakyat* melibatkan serangkaian aktor dan negosiasi. Dalam konteks inovasi, konvergensi media terjadi sebagai akibat dari suatu proses pembelajaran dalam interaksi yang kompleks, pengembangan atas pilihan *platform* teknologi media, produk, cara

pandang, atau metode baru dalam praktik jurnanisme.

Proses difusi konvergensi media di *Pikiran Rakyat* melalui berbagai tahapan dalam rentang waktu tertentu. Difusi inovasi melibatkan sekian proses dan meliputi berbagai kanal yaitu ide, komunikasi, sistem sosial, dan waktu (Rogers dalam Melkote, 1998). Difusi inovasi tak hanya terjadi begitu saja. Ada lima model terjadinya difusi yaitu: ***awareness***, ***interest***, ***evaluation***, ***trial***, dan ***adoption*** (Rogers dalam Melkote, 1998). Sekian tahapan itu yang memengaruhi bagaimana suatu indi-vidu/organisasi mengadopsi inovasi yang ada.

Kajian ini merupakan hasil penelitian empiris terhadap proses terjadinya difusi inovasi konvergensi media yang terjadi di *Pikiran Rakyat*. Fokus dalam penelitian ini menyoroti tahapan dan negosiasi yang terjadi dalam melahirkan produk konvergensi mulai dari adopsinya hingga implementasinya di kalangan wartawan dan periset, sebagai *desk* yang paling berperan dalam proses jurnanisme. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini melalui pendekatan kualitatif yaitu observasi dan wawancara. Informan yang menjadi sumber penelitian ini terdiri dari inovator sampai *adopter* seperti penggagas inovasi, pemimpin redaksi, wartawan, dan periset.

KONSEPSI ADOPSI KONVERGENSI DI HARIAN PIKIRAN RAKYAT

Pada tahap awal terjadinya difusi, harian *Pikiran Rakyat* mulai mengadopsi konvergensi media sejak tahun 2006. Mengacu pada tahapan yang dikemukakan oleh Everett Rogers dalam Melkote (1998: 78), *awareness* terjadi ketika seorang *adopter* memiliki ketertarikan terhadap suatu konsep difusi namun belum memiliki informasi yang cukup lengkap terhadap konsep tersebut. Pada kasus *Pikiran Rakyat*, *awareness* sudah mulai terbangun ketika perkembangan media massa berkembang kian pesat. Bisnis media yang tak hanya bertumpu pada satu *platform* (cetak) membuat media massa harus membuat berbagai produk

multi-platform (*e-paper*, *e-books*, *radio*, *streaming*, media sosial, dan lain-lain) yang bersinggungan dengan teknologi digital agar dapat bertahan di persaingan bisnis media.

Dalam perspektif ekonomi media, teknologi memiliki peran penting dalam industri media. Industri media massa harus senantiasa mengikuti perkembangan teknologi (Usman Ks., 2009: 30). Menurut Fiddler (2003: 29) terjadinya konvergensi media juga didukung oleh berbagai hal seperti kekuatan-kekuatan ekonomi, politik, dan sosial yang memainkan peran besar dalam penciptaan teknologi-teknologi baru; berbagai penemuan dan inovasi tidak diadopsi secara luas lantaran keterbatasan teknologi itu sendiri; dan adanya kesempatan dan alasan ekonomi, sosial, dan politik yang mendorong perkembangan teknologi baru.

Salah satu pertimbangan *Pikiran Rakyat* menerapkan konsep konvergensi media yaitu motif bisnis media. Ada kecenderungan jika suatu media massa tidak memasuki ranah teknologi digital akan digilas oleh persaingan media massa yang kian cepat. Model bisnis yang ditawarkan adalah memunculkan produk-produk derivasi (turunan) dari media cetak. Produk derivasi itu berawal dari sumber berita yang sama dan dari wartawan yang sama. Didukung pula oleh kekuatan data dari riset dan penelitian. Seluruh komponen yang ada di dalam *Pikiran Rakyat* akan memaksimalkan sumber berita untuk memproses menjadi produk turunan, dapat berupa *e-paper*, *radio*, dan *e-books*, atau even-even yang berbasis komunitas.

Dalam konteks ekonomi media, untuk mengadakan multimedia atau konvergensi media, perusahaan media harus berinvestasi. Namun, konvergensi media pada gilirannya akan menghasilkan efisiensi ekonomi dan memperluas pasar (Usman Ks., 2009: 35). Media massa diyakini akan tetap hidup asalkan bisa menyesuaikan diri dengan melakukan multi-platform jurnalisme yaitu *print*, *online*, dan *mobile*. Prinsip-prinsip jurnalistik tetap dibutuhkan karena masyarakat membutuhkan informasi yang kredibel.

Pada tahap *interest*, *adopter* sudah mulai menerima beragam informasi yang terkait dengan difusi inovasi yang terjadi. Tahap ini, *Pikiran Rakyat* mengikuti forum internasional WAN IFRA (*World Association of Newspaper and News Publishers*) sejak awal 1990-an. Dalam forum itu dibahas isu-isu mengenai perkembangan media massa terkini. Keterlibatan *Pikiran Rakyat* dalam forum itu memberikan pengetahuan dan informasi untuk mengembangkan konvergensi media.

Transformasi pengetahuan yang intens lewat forum tersebut membuka cara pandang atau metode baru terhadap media massa. Interaksi yang intensif dan kompleks dengan para aktor di WAN IFRA melahirkan produk, metode, aturan, dan cara pandang baru yang melihat konvergensi sebagai salah satu perkembangan produk media massa saat ini. Relasi itu terjadi karena pembelajaran dalam interaksi yang kompleks. *Pikiran Rakyat* sebagai sebuah unit perusahaan media massa berinteraksi dengan forum WAN IFRA yang terdiri dari para pemangku kepentingan media. Dari interaksi itu, melahirkan pengembangan pilihan-pilihan penajagan dan seleksi atas pilihan-pilihan (variasi-seleksi).

Hal ini dikemukakan Budhiana Kertawijaya dalam kutipan wawancara berikut.

"Kalau di luar negeri ada perkumpulan (forum), tiap tahun pemangku kepentingan media kumpul. Dan Pikiran Rakyat juga tiap tahun mengirimkan perwakilannya. Itu membahas perkembangan media terbaru. Kalau didiferensiasikan ada WAN IFRA. Konferensi tingkat tinggi dunia. Tahun 1993, forum itu hanya membahas soal pengenalan internet bahwa nanti ada media baru. Kedua, pada tahun 1997 sampai dengan 2003 dibahas soal cultural adjustment bagaimana melatih reporter print dengan online. Sekarang itu lebih ke model bisnis, inovasinya apa. Kalau dari sektor iklan turun, jadi dapat duitnya dari mana. Namun benar-benar menjadi sumber informasi tentang dunia media. Yang dibahas bermacam-macam contoh :speed your mobile energy atau platform strategies. Konteksnya model bisnis. Yang tepat, itu seperti penge-

tahuan yang saya dapatkan dengan mengikuti seminar WAN IFRA. Ada tiga tema yaitu *internet production* tentang pengetahuan yang menyangkut internet yang dibahas tahun 1990-an. Karena sudah *mobile* maka berakhirilah era *internet production*. Maka mulai mendiskusikan *cultural adjustment* terhadap teknologi internet itu sampai tahun 2004. Dari tahun 2004 sampai sekarang yang dibahas adalah model bisnis atau yang disebut dengan *monevisasi konten*. Kemudian ada contoh lain: *business model and disruptive revenue, from idea to impact*. Bagaimana menterjemahkan ide kita menjadi *impact*...” (Wawancara Budhiana Kertawijaya, 10 Maret 2014)

Dari kutipan wawancara di atas tampak bahwa isu konvergensi diperkenalkan oleh Budhiana Kertawijaya, sebagai inovator awal, saat mengikuti Forum WAN IFRA. Budhiana Kertawijaya menjabat sebagai Kepala Perencanaan dan Pengembangan Usaha Media Digital sejak September 2013. Sebelumnya Budhiana menjabat sebagai pemimpin redaksi. Dalam hal ini dapat dikatakan Budhiana adalah inovator yang menerjemahkan isu-isu baru di dunia media yang diterimanya dari Forum WAN IFRA ke dalam *Pikiran Rakyat*. Bahkan menurut Budhiana, visi perusahaan pun sebaiknya mengikuti perkembangan isu media di dunia yang saat ini sedang berkembang. Namun, Budhiana tidak dapat serta merta mengubah visi tanpa melakukan negosiasi-negosiasi dengan aktor-aktor lain yang ada di dalam *Pikiran Rakyat*.

Sejak tahun 2006, *Pikiran Rakyat* membentuk tim konvergensi yang berjumlah sebelas orang untuk membuat *road map* yang bertugas menyiapkan *platform* media apa saja yang bakal dikembangkan oleh *Pikiran Rakyat*. Tim konvergensi itu terdiri dari *desk* di harian *Pikiran Rakyat* mulai dari redaksi, marketing, hingga promosi. Tiap *desk* memiliki kompetensi masing-masing yang secara teknis tentu saja berbeda dengan redaksi. Tim konvergensi itu bekerja selama dua tahun untuk melihat kemungkinan-kemungkinan produk media apa saja yang bisa dikembangkan.

Setelah *Road Map* selesai dibuat, terjadi negosiasi antara inovator dengan *adopter* untuk mengimplementasikannya. Tipe pendekatan yang dilakukan dalam konvergensi oleh *Pikiran Rakyat* yaitu secara *topdown*. Implementasi merupakan hasil mandat dari dewan direksi yang memegang kuasa penuh secara bisnis dan investasi atas varian *platform* mana yang akan dikembangkan oleh *Pikiran Rakyat*. Hal ini dikemukakan oleh Budhiana berikut ini:

“*Road Map* sebenarnya sudah disahkan oleh direksi, tetapi kan perlu implementasi. Nah ketika sudah diimplementasi ada perubahan-perubahan yang terjadi. Sudah setuju jika *Pikiran Rakyat* dibuat online, dibuat *e book*, cuma ketika sudah invest begini berubah lagi, sudah mengadakan kesepakatan dengan pihak ketiga berubah lagi sehingga tereksekusi negosiasinya lama...” (Wawancara Budhiana Kertawijaya, 10 Maret 2014)

Pada tahap *evaluation* inilah terjadi proses pilihan adopsi yang dikehendaki. Tahap ini seorang *adopter* sudah memiliki cukup informasi mengenai pilihan inovasi yang sesuai dengan kebutuhannya. Pada tahap ini dilakukan penilaian-penilaian dan ternyata praktik konvergensi pada *Pikiran Rakyat* tidak selalu berjalan dengan mulus. Dalam melahirkan satu varian *platform* melibatkan banyak aktor yang saling bernegosiasi. Ragam aktor dan situasi turut menentukan proses implementasi konvergensi dalam tubuh *Pikiran Rakyat*. Berbagai konflik dan negosiasi terjadi atas pilihan *platform* media yang akan dikembangkan, terutama dari pihak direksi sebagai pemegang kekuasaan tertinggi.

Kompleksnya proses negosiasi yang terjadi berakibat tidak mudah dalam menerapkan satu *platform* media ke *platform* lainnya. Proses pengambilan keputusan secara *top-down* membuat proses negosiasi menjadi sangat kompleks dan memiliki berbagai kepentingan. Banyaknya jumlah direksi (hingga 25 orang) menjadi salah satu faktor terjadinya kerumitan dalam pengambilan keputusan.

Keputusan ini berimbas pada *platform* media yang terkait konvergensi yang dilahir-

kan dari proses-proses panjang dari inisiasi hingga proses negosiasi. Hal ini diperkuat juga dengan pernyataan Budhiana yang menegaskan kompleksitas dan negosiasi seperti berikut ini:

“Kalau di Pikiran Rakyat yang terjadi adalah di dalam top management itu, ada yang tidak menerima konvergensi sehingga tidak mau berinvestasi, ada yang paham tentang konvergensi tapi berbeda tentang program (implementasi konvergensi) mana dulu yang mau di laksanakan. Kalau di Pikiran Rakyat itu top managementnya itu terpecah. Sepuluh orang ingin program cetak dulu yang dikembangkan, sementara yang lain ingin online atau radio dulu yang dilakukan. Jadi secara pandangan sama namun ketika penerapan taktis berbeda...” (Wawancara Budhiana Kertawijaya, 10 Maret 2014)

Ide / pandangan baru soal konvergensi media tidak semata-mata mudah diterima begitu saja. Terjadi serangkaian negosiasi antaraktor yang terlibat. Teknologi media/platform media (koran, *online*, *radio*, *mobile*, dsb.) ikut me-*n*entukan serangkaian negosiasi tersebut. Dalam kasus konvergensi media di *Pikiran Rakyat* ini menunjukkan prioritas media mana yang akan terlebih dahulu dikembangkan sehingga kapasitas teknologi/platform media turut menentukan keputusan tersebut.

IMPLEMENTASI ADOPSI KONVERGENSI DI HARIAN PIKIRAN RAKYAT

Pada tahap *trial* dan *adoption* ini, *adopter* sudah menerapkan difusi inovasi sepenuhnya. Informasi yang dibutuhkan sudah didapat dan telah dilakukan sekian penilaian mengenai difusi inovasi yang dikehendaki. Tahap difusi terjadi di *Pikiran Rakyat* dalam menerapkan konvergensi media. Pada proses itu terjadi sekian negosiasi antaraktor yang terlibat. Konsepsi adopsi yang dilakukan tidak mudah begitu saja diterima oleh pihak *adopter*. Akan tetapi untuk melahirkan satu produk terjadi sekian negosiasi-negosiasi. Oleh karena itu, pada bagian ini akan menelusuri adopsi

konvergensi yang terjadi pada wartawan dan periset sebagai salah satu unsur penting *Pikiran Rakyat* dalam melahirkan produk jurnalisme berbasis konvergensi.

A. Proses Adopsi oleh Wartawan

Wartawan adalah bagian dari redaksi, sehingga pada tahap ini akan digambarkan proses adopsi, transformasi pengetahuan, dan negosiasi mengenai konvergensi yang terjadi pada redaksi dan wartawan. Namun, proses adopsi dan transformasi pengetahuan yang dilakukan pada redaksi tidak secara otomatis juga terjadi pada wartawan. Penelusuran ini juga akan melihat prioritas media mana yang ingin dikedepankan oleh wartawan *Pikiran Rakyat*, apakah cetak, *online*, *radio*, atau *mobile*?

Sejak tahun 2007, Budhiana yang menjabat sebagai pemimpin redaksi telah mempersiapkan wartawan muda untuk melaksanakan konsep konvergensi media yang diterapkan oleh *Pikiran Rakyat*. Wartawan mesti bekerja secara *multitasking* atau dalam konsep konvergensi dikenal sebagai “super reporter” (Quinn & Filak: 2005). Konsep itu menekankan wartawan yang dapat bekerja fleksibel seperti menulis untuk cetak, *online*, reportase radio, dan riset.

Pada tahun yang sama, *Pikiran Rakyat* membuka divisi Periset karena riset dan analisis menjadi kian penting dalam dunia jurnalistik sebagai bisnis berbasis “monetisasi konten”. Namun, pada tahapan adopsi ini terjadi juga kendala. Pemimpin redaksi *Pikiran Rakyat*, Islaminur Pempassa, melihat bahwa ada persoalan internal dan eksternal yang terjadi dalam menerapkan konvergensi *Pikiran Rakyat*. Menurutnya persoalan insentif dan pengetahuan (*skill*) yang menjadi kendala di kalangan wartawan *Pikiran Rakyat* seperti yang diutarakan oleh Islaminur berikut ini:

“Di kita agak sulit (penerapan konvergensi media –pen.). Bahkan kalau melihat Kompas atau Jawa Pos yang sudah besar sekalipun susah melakukan itu (konsep “super reporter”-pen.). Karena memang konteksnya juga berbeda. Di kita ada lima media,

contohnya, ada pelantikan gubernur, mengirim kelima-limanya tidak masalah. Kalau di luar negeri sana berapa gaji wartawan, langka kan untuk kejadian seperti itu. Yang kedua kapasitas, di sana tinggal dibagi dua orang saja teks dan video sudah bisa jalan untuk semua media. Di kita kapasitasnya belum untuk sampai di situ. Jadi memang, untuk konteks-konteks seperti itu ya ada faktor internal dan eksternal. Mungkin konvergensi ideal, tetapi belum bisa diterapkan di sini. Kalau kita disini masih 'padat karya', kalau di luar negeri memang susah cari wartawan jadi gaji wartawan sangat tinggi. Dan kalau banyak gajinya kayak apa, standar gajinya bisa besar. Nah, contoh-contoh itu yang internal misalnya kalau ada orang yang bisa audio, video, bisa teks, bisa nulis, dan lain-lain ya tidak akan jadi wartawan. Mereka akan buat video sendiri, production house sendiri, itu kalau di sini. Kalau di luar sana memang ya itu tadi akan jadi wartawan karena gajinya juga lebih besar. Itu termasuk masalah kontekstual tadi, termasuk masalah apresiasi dan standar gaji". (Wawancara Islaminur Pempassa, 19 Maret 2014)

Islaminur melihat bahwa apa yang diterapkan dalam WAN IFRA mengenai konvergensi tidak mudah begitu saja diterapkan pada *Pikiran Rakyat*. Hal ini disebabkan terdapat masalah sosio-kultural yang berbeda seperti persoalan kemampuan (*skill*) dan standar gaji (*insentif*) antara wartawan di luar negeri dan dalam negeri. Konvergensi menuntut wartawan mampu bekerja secara *multi-tasking* dengan kemampuan (*skill*) menjadi prioritas. Namun, hal ini berimbas pada penghargaan yang diberikan cukup tinggi. Di sisi lain, kesiapan wartawan *Pikiran Rakyat* terhadap kemampuan itu belum memadai. Hal itu dinyatakan oleh Islaminur Pempassa:

"Sebenarnya karena sekarang belum diterapkan seideal seperti itu jadi *job description*-nya belum serumit itu. Kita kan masih wartawan sendiri, koran cetaknya masih punya wartawan sendiri jadi belum terpisah gitu. Kalau kita melihat model yang sudah dilakukan konvergensi di level empat, kita masih

level dua karena itu tadi hal-hal yang berkaitan dengan kontekstual kondisi internal eksternal ya belum bisa juga". (Wawancara Islaminur Pempassa, 19 Maret 2014)

Transformasi pengetahuan yang terjadi pada wartawan belum terjadi secara maksimal. Persoalan yang mengemuka disebabkan berasal dari kalangan internal dan eksternal. Hal itulah yang membuat wartawan kesulitan dalam menerapkan konsep konvergensi media. Sebagaimana dikemukakan wartawan *Pikiran Rakyat*, Windy Pramudya, yang menegaskan bahwa implementasi konvergensi yang terjadi di *Pikiran Rakyat* masih terasa kurang maksimal. Dia menuturkan sosialisasi mengenai konvergensi hanya dilakukan saat pelatihan masuk *Pikiran Rakyat*. Sosialisasi pengetahuan yang intens tidak terjadi antara inovator dan wartawan. Tak adanya aturan atau *desk* yang jelas soal menulis *online* juga membuat wartawan lebih memilih prioritas di media cetak. Hal ini dipertegas melalui kutipan wawancara Windy Pramudya berikut.

"Angkatanku masuk *Pikiran Rakyat* itu penerimaan paling banyak, sampai 25 orang, fotografer, periset, bahasa. Lebih dari 25 orang kalau sama *desk* bahasa. Kami masuk akhir Desember 2007. Ketika masuk, *website PR online* belum ada. Tapi memang sudah dengar akan ada. Tapi waktu pelatihan pun tidak disiapkan untuk kesitu. Tidak pernah diberitahu akan jadi *online-online* segala macam. Dipersiapkan untuk wartawan biasa saja, untuk harian, dicetak. Jadi pas ada *online*, tahun 2008 atau 2009, itu dikasih gadget, *Blackberry* baru keluar. Tahun 2009 itu disuruh untuk *online*. Diminta coba-coba ngisi *online* dua-tiga paragraf, diberi honor. Tapi karena gak pernah ada mandat khusus, misal kita dikumpulin, diomongin, kita mau buat *online*, tugasnya apa, jadi nggak jelas gitu. Ada diberitahu untuk buat *online*, tapi gak dikasi tahu minimal dan maksimalnya nulis berapa. Tidak ada juga punishment kalau nggak ngirim. Tapi ada reward, kalau ngirim satu berita, Rp 2500 perberita, dan Rp 2500 per foto. Malas ngirim karena sudah liputan, sudah kumpulin bahan. Ya mending buat berita

panjang untuk dicetak. Kalau teman-teman yang di desk Kota, kalau dimasukin online, sering dicopy-paste sama media lain, kayak Detik, dll. Jadi mereka malas ngirim karena gak mau dicopy-paste media lain. Mending buat yang panjang saja untuk harian. Kayak sekarang di hiburan, paling setiap bulan mengirim satu-dua berita saja.” (Wawancara Windy Pramudya, 26 Maret 2014)

Konvergensi tidak terjadi begitu saja di kalangan wartawan *Pikiran Rakyat*. Pada saat adopsi diterapkan, dalam pelaksanaannya terdapat permasalahan dalam manajemen media (terutama insentif) dan pengaruh ego (internal) yang besar menulis di koran cetak. Secara kapabilitas teknologis, media cetak masih memiliki dominasi dan prioritas yang tinggi di kalangan wartawan *Pikiran Rakyat*. Rendahnya insentif, ketidakjelasan kebijakan, dan sosialisasi yang minim antara inovator dengan *adopter* menjadi faktor penghambat proses adopsi konvergensi yang terjadi di *Pikiran Rakyat*. Konsep wartawan yang *multitasking* atau “super reporter” pun mengalami hambatan seperti persoalan manajemen, transfer pengetahuan, hingga ego yang terjadi pada wartawan.

B. Proses Adopsi oleh Periset

Sejak tahun 2007, *Pikiran Rakyat* membuka divisi Periset. Dalam konteks inovasi dan konvergensi, data memiliki peranan yang penting dalam bisnis media ke depan. Media massa diharapkan tak hanya menjual informasi atau berita semata, tetapi melihat data sebagai satu unsur yang juga ikut penting. Tim Periset yang berada di bawah Divisi Riset dan Dokumentasi dibuat untuk menyajikan data dan berita serta membantu wartawan untuk melakukan riset sehingga memperkaya tulisan berita.

Adopsi konvergensi juga sudah dilakukan oleh divisi Periset lewat rubrik *Analisis Media Sosial* yang terbit setiap Selasa dan Jumat. Juga rubrik *Linimasa* yang terbit pada hari Minggu. Rubrik ini berisi kecenderungan pemberitaan yang hadir di media sosial, seperti *Twitter*. Rubrik yang dikerjakan oleh periset

ini menganalisis perbincangan yang sedang ramai di media sosial. Pada satu sisi, periset memiliki beban kerja layaknya wartawan seperti dituntut untuk memiliki kemampuan menulis dan menganalisis. Rubrik baru yang dikelola oleh tim Periset membuktikan bahwa konvergensi dalam mengelola data sebagai satu varian informasi punya peran cukup signifikan.

Pada awalnya, relasi antara wartawan dan periset termasuk relasi yang baru terbentuk dengan adanya isu konvergensi ini. Periset adalah *desk* baru yang dibentuk untuk memperkuat data dan analisa yang mendalam. Periset inilah yang akan membantu wartawan dalam proses pencarian data yang dibutuhkan dalam penulisan berita. Namun, proses negosiasi dan relasi yang terbangun antara periset dan wartawan tidak berjalan sebagaimana mestinya. Hal ini disebabkan periset bekerja jika ada *request* (pesanan) dari redaktur berita yang telah disepakati pada saat rapat redaksi sehingga tidak semua wartawan bisa memanfaatkan peran periset. Prosesnya juga harus dilakukan dalam koordinasi yang bertingkat antara redaktur dan kepala divisi riset. Sehingga koordinasi antara wartawan dan periset tidak berjalan langsung namun menempuh proses koordinasi yang berjenjang.

Hasilnya, relasi yang terbangun tidak menimbulkan konvergensi yang dibutuhkan sebagai satu kesatuan relasi sehingga dapat menciptakan kinerja yang sesuai yaitu menghasilkan riset dan data sebagai satu kesatuan utuh. Berdasarkan hasil dari wawancara dengan Kepala Divisi Riset *Pikiran Rakyat*, Imam Jahrudin Priyanto, memang terdapat hambatan pada wartawan dalam mengimplementasikan konsep konvergensi tersebut. Hal ini dapat terlihat dari interaksi antara wartawan dan periset yang cenderung kaku, padahal seharusnya periset dapat mendukung tugas wartawan dalam mencari informasi mendalam terkait artikel yang akan dibuat. Berikut pernyataan wawancaranya.

“*Kerjanya by order. Misalnya redaktur pelaksana atau redaktur mempunyai rencana suatu liputan dan itu harus terencana. Oleh*

Pak Ipe (Islaminur Pempassa) sebagai *pered*, pemungisian periset harus terencana seminggu sebelumnya. Jadi tiap minggu kami punya program kerja mingguan, disebar lewat email termasuk ke periset. Redaktur mana saja yang butuh periset dalam minggu itu. Jadi harus terencana sehingga tenaga yang sedikit ini menjadi efektif, tidak juga sih. Kaku atau kurang harmonis juga tidak, cuma ya memang susah. Fungsi mereka memang berbeda. Tidak bisa disebut kaku atau kurang harmonis. Mereka secara pribadi baik, bergaul biasa. Cuma begini, periset ini kan punya tugas juga melaksanakan order dari para redaktur-redaktur, apa perlunya juga gaul dengan wartawan-wartawan. Periset ini berhubungan dengan redaktur, tidak ada hubungan dengan wartawan.” (Wawancara Imam Jahrudin Priyanto, 9 April 2014)

Proses kerja periset bersifat *top down* dari redaktur dan kepala riset, sehingga wartawan tidak bisa seenaknya meminta jasa periset untuk mencari data. Dari hasil wawancara, jumlah periset yang terdiri atas tiga orang membuat sistem *by order* itu diterapkan. Adanya keterbatasan jumlah anggota periset yang ditarik ke sektor lain (semula berjumlah sepuluh periset, kini tersisa tiga periset). Di sisi lain, dari hasil wawancara juga menunjukkan bagaimana paradigma periset yang bekerja memprioritaskan media cetak sesuai ketentuan dari dewan direksi. Hal tersebut dapat dilihat dari kutipan wawancara sebagai berikut :

“Memang ada perubahan paradigma, jadi begini dulu ketika yang tujuh orang itu masih disini, kita dulu seperti bank data. Tapi mungkin direksi melihat lebih bagus kalau orang-orang ini bekerja untuk cetak saja. Walaupun ada fungsi penyimpanannya tapi tidak semaksimal saat itu. Jadi periset ini sekarang kecenderungannya berperan *mem-back up* koran cetak sepenuhnya. Karena saat berfungsi sebagai bank data itu, biaya itu memang sangat besar. Untuk ke daerah-daerah bisa sampai belasan juta. Mungkin orientasinya diubah dululah sementara ini, bisa saja nanti berubah lagi. Seperti dulu berfungsi lagi. Tapi sementara ini dimak-

simalkan dulu untuk cetak. Karena banyak yang harus kita bangun untuk pembenahan cetak dulu. Paradigma itu kan bisa berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan. Apa dulu yang dikejar. Kita sekarang mau menguatkan divisi cetak untuk meningkatkan tiras dan segala macam. Sekarang konsentrasinya dicetak. Untuk kebijakan sekarang di cetak saja. Karena kan kebijakan itu harus sesuai dengan visi direksi. Kalau direksinya berubah bisa berubah lagi. Sekarang ini direksinya ingin periset mendukung cetak.” (Wawancara Imam Jahrudin Priyanto, 9 April 2014)

Kebijakan direksi yang memprioritaskan media cetak membuat periset lebih banyak bekerja untuk media cetak. Prioritas bisnis *Pikiran Rakyat* lebih terkonsentrasi di media cetak dibandingkan media *platform* lainnya. Konvergensi media yang terjadi di *Pikiran Rakyat* tidak terlalu berjalan maksimal sesuai yang diinginkan dalam *road map* karena dominasi media cetak terasa besar. Setiap unit antara wartawan dan periset pun lebih banyak berorientasi bekerja di *platform* cetak.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian ini, kajian difusi inovasi konvergensi media di *Pikiran Rakyat* menempuh berbagai tahapan yaitu *awareness*, *interest*, *evaluation*, *trial*, dan *adoption*. Perkembangan bisnis media dan teknologi digital selalu menjadi faktor pendorong suatu konvergensi media. Apa yang terjadi pada *Pikiran Rakyat*, dominasi media cetak masih terlalu besar. Hal ini dirasakan oleh wartawan dan periset, sebagai salah ujung tombak suatu media, yang lebih memprioritaskan media cetak. Kebijakan redaksi dan rendahnya insentif menjadi pengaruh dalam prioritas para wartawan dan periset. Sementara pada satu sisi, faktor sosio-kultural juga memengaruhi penerapan adopsi konvergensi di *Pikiran Rakyat*. Persoalan dalam mengadopsi konvergensi media tak hanya menyangkut kapabilitas teknologi semata, tetapi membutuhkan sekian tahapan yang meliputi berbagai hal seperti transformasi informasi (pengetahuan dan *skill*),

insentif (biaya), negosiasi antar aktor, dan politik media akan *platform* media yang ingin dikembangkan.

Dari hasil penelitian ini, industri media massa dan teknologi digital dalam konvergensi media tidak serta merta memperlihatkan kapabilitas teknologi digital sebagai faktor yang signifikan dalam proses terjadinya difusi inovasi konvergensi media. Teori difusi inovasi yang dipaparkan oleh Rogers mengabaikan konteks sosio-kultural yang justru memiliki peranan cukup penting dalam adopsi dan implementasi konvergensi media. Faktor inilah yang harus dilihat oleh perusahaan media massa dalam menerapkan konsep konvergensi media bahwa faktor sosio-kultural harus memiliki tempat yang cukup penting karena ini menyangkut pula paradigma tentang *platform* media yang memiliki porsi lebih

besar. Dalam hal ini, penerapan teknologi digital bukanlah semata kunci menuju konvergensi media.

DAFTAR PUSTAKA

- Fiddler, Roger. (2003). *Mediamorfosis*. Yogyakarta: Bentang Budaya
- Filak, Stephen Quinn & Vincent F.(2005). *Convergent journalism an introduction*. New York: Focal Press
- Melkote, Srinivas R. (1998). *Communication for development in the third world: theory and practise*. Cetakan ke-7. London: Sage Publications
- Usman Ks. 2009.*Ekonomi media: pengantar konsep dan aplikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia